

10. Nagy Szabolcs Digital economy and society – a cross country comparison of Hungary and Ukraine // Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки). – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 46 (1267). – С. 174-179.

11. Перерва П.Г. Економіко-організаційні засади інноваційної та інвестиційної діяльності підприємства // Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 45 (1266). – С. 51-55.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

**Кобелев В.Н., Носырев А.А., Маслак М.В.,
Перерва П.Г., Целинска А.А.**

Национальный технический университет «ХПИ», Харьков, Украина

Проблема оценки и повышения качества занимает ведущее место и является приоритетным направлением при обеспечении конкурентоспособности услуг, построении доверительных отношений между исполнителем и потребителем. Особое значение, на наш взгляд, поставленная проблема имеет при оценке качества туристического продукта, где заложено много специфических элементов. Туристский рынок предлагает к потреблению разнообразный спектр туристских услуг. Согласно теории и методологии туризма, туристические услуги включают в себя услуги субъекта в туристической деятельности по размещению, питанию, транспортному, информационно-рекламному обслуживанию, услуги учреждений культуры, спорта, быта и развлечений, направленные на удовлетворение потребностей туриста.

Экономическая оценка качества туристских услуг позволяет применить количественный подход к определению туристского продукта с позиции измерения качества предоставляемых на рынке услуг для туристов. Базируясь на том, что качество туристических услуг является результатом действия ряда факторов, в квалиметрической (квалиметрия – научная дисциплина, изучающая методологию и проблематику комплексного количественного оценивания качества любых объектов) модели оценки качества услуг туристского рынка к главным параметрам оценки отнесем показатели, характеризующие техническое, функциональное и этическое качество отдельных видов товаров, работ, услуг, входящих в турпродукт, и сам турпродукт в целом. Поскольку основные параметры качества работы субъектов туристической деятельности оценить в количественном

измерении трудно, мы предлагаем использовать данные анкетного исследования туристов определенного туристского региона. Расчет качества туристских услуг туристического региона проводится на основе самооценки субъектами туристического бизнеса и оценке туристов, где учтены относительная оценка для каждого показателя квалитетической модели, суммарная оценка параметров показателей технического качества и оценка качества услуг по каждому параметру качества туристической услуги, выявлена общая оценка качества туристских услуг на разных уровнях ее получения как средневзвешенная арифметически зависящая величина.

Рекомендуемый к применению теоретико-методический инструментальный квалитетический подход к оценке качества туристических услуг позволяет выявить направления для повышения качества туристических услуг и комплексно оценить услуги определенного туристского региона или страны в целом.

1. Розвиток організаційно-економічного механізму управління розвитком індустрії туризму та гостинності / П.Г.Перерва [та ін.] // Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки): зб. наук. пр.– Харків : НТУ "ХПІ", 2018.– № 48.– С. 121-127.

2. Формування управлінської, маркетингової та інноваційної політики на підприємствах туристичної індустрії / П.Г.Перерва [та ін.] // Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки): зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 47. – С. 114-120

3. Нагі С., Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності // Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.

4. Марчук Л.С., Перерва П.Г. Інтелектуальний потенціал як економічна категорія // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 53-63.

5. Кравчук А.В., Перерва П.Г. Ефективність як економічна категорія // Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки). – Харків : НТУ "ХПІ", 2018.– № 15 (1291).– С. 137-143.

6. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Моделювання стратегічної політики маркетингу конкурентоспроможності на засадах бенчмаркінгу // Економічні науки : зб. наук. праць. Сер. : Економіка та менеджмент. – Луцьк : ЛНТУ, 2012. – Вип. 9 (34), ч. 2. – С. 10-23.

7. Перерва П.Г. Інформаційна діяльність підприємства: управлінська, цінова та маркетингова складові // НТУ "ХПІ" (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2018. - № 37(1313).- С. 27-32 .

8. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.

9. Compliance program = Комплаєнс програма : [tutorial] / P. G. Pererva [et al.] ; ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M.Veress Somosi. – Kharkov ; Miskolc : NTU "KhPI", 2019. – 689 p.

10. Nagy Szabolcs Digital economy and society – a cross country comparison of Hungary and Ukraine // Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки). – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 46 (1267). – С. 174-179.

11. Перерва П.Г. Економіко-організаційні засади інноваційної та інвестиційної діяльності підприємства // Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 45 (1266). – С. 51-55.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ КОМПЛАЄНС-ФУНКЦІЇ

Кобелева Т.О.

Національний технічний університет «ХПІ», Харків, Україна

В даний час промислові підприємства здійснюють виробничо-комерційну діяльність в складних умовах ризику розвитку підприємств. Тому питання економічної безпеки в їх діяльності є надзвичайно важливими. Сьогоднішні реалії господарювання такі, що забезпечення безпеки підприємства та, в першу чергу, його економічної безпеки неможливо без впровадження в практику його діяльності системи комплаєнс [1-12].

Комплаєнс (англ. «compliance» - згода, відповідність, походить від дієслова «to comply» - виконувати) - в перекладі з англійської означає дію згідно із запитом або вказівкою; покідність (англ. compliance is an action in accordance with a request or command, obedience) [1, 2]. Термін «комплаєнс» в цей час став відтворенням ефективного, дієвого та етичного управління. Все більша кількість промислових підприємств та фінансових установ при виробництві і збуті продуктів використовують програму комплаєнс. Досвід показує, що там, де комплаєнс-функція є складовою корпоративного управління, виникають реальні передумови до зростання конкурентоспроможності підприємства та його продукції, поліпшення його техніко-